浅析广电 DVB+OTT 模式下的精细化运营

摘　要：近些年来，随着我国经济的不断发展，各行各业的竞争越来越激烈。对于中央广播电视台来说，虽然相对于其他地方的电视频道更具有竞争力，但是随着一些地方频道的崛起和发展，使广电的收视率和用户受到了很大的冲击。如果不对现有的状况进行有效的解决，那么对广电的发展会带来很大的阻碍。所以广电必须发展 DVB+OTT 模式来应对这些问题的出现，只有在 DVB+OTT 模式下进行精细化运营管理，才能加强自身的竞争力，避免用户的流失，使经济利润加大和未来的发展更加光明。

关键词：DVB+OTT；精细化运营；管理与应用
中图分类号：TP393　　文献标识码：A
文章编号：1671-0134（2017）11-094-02　　DOI：10.19483/j.cnki.11-4653/n.2017.11.031

文 / 张建平

前言

中央广播电视台一直以来作为电视行业的主导，影响着中国未来的发展趋势。中央广播电视台很多优秀的节目和新闻报道是其他地方频道无法代替的。但是近两年来，随着用户的不断更新换代，越来越多的年轻人加入到了电视机的用户行列。年轻人通常更喜欢一些地方频道的娱乐节目，使广电的用户流失现象越来越严重。所以开展 DVB+OTT 模式的精细化运营，会对广大用户流失现象带来很大的好转，意义十分重大。下面就对 DVB+OTT 业务进行介绍。

1.DVB+OTT 模式介绍

可能对于比较内行的人来说，DVB+OTT 模式并不十分陌生。所谓的 DVB+OTT 模式指的就是通过电视节目和网络电视互相使用、互相促进、互相发展的一种营业模式 [1]。而 DVB 指的就是有线数字电视节目，OTT 可以理解为成网络电视节目。对于广电的运营模式来说，OTT 可能就指的是网络电视，但对于互联网行业来说，OTT 行业的范围十分广泛，不仅包括网站的维护，网上购物、网上银行和一些网络游戏等业务都称为 OTT。而国内一些互联网行业当中，比较出名的比如说腾讯、百度、阿里巴巴等互联网巨头，营业的主要范围就是 OTT 业务。所以说 OTT 业务对于广电来讲，可能就指的是互联网方面开展的业务。而 DVB+OTT 模式指的就是广电通过将有线数字电视与互联网相结合，吸引更多的用户来体验广电所设计的电视节目。因为随着互联网的普及，越来越多的年轻人和一些其他年龄的人已经摒弃了通过有线数字电视来观看电视节目的方式，而是选择通过网络电视或者互联网模式进行节目的收看 [2]。这样就使广电相对于地方电视台来说，竞争力变得更小。因为对于其他电视台来说，将自身所设计出的栏目放到网络上直播，会吸引着大量的观众进行观看。而广电要想在与地方电视台的竞争中不处于弱势，那么一定要在互联网方面做出一些改革。将 DVB+OTT 模式正确地运用到广电的营业模式当中，设计出符合广电实际需求的方案来进行应用。这样会使广电的用户流失慢慢减小，同时会避免很多问题的出现，对中央广播电视台未来的发展也会带来更好的帮助 [3]。

2. 广电 DVB+OTT 模式下精细化运营当中存在的问题

近些年来，随着科技的不断发展，各行各业的竞争力度大大增加。中央广播电视台在改革开放初期以及后期的发展过程当中，都占据着国内电视行业的主导地位。很多经典的栏目和节目都深深烙印在人们的心中，成为一代又一代人心中的经典。但是近些年来，各地方电视台的崛起以及伴随着互联网行业的迅速发展，对广电的收视率以及用户的流量带来了巨大的冲击 [4]。广电不得不采取相应的措施进行改革，挽回那些流失的用户，同时吸引年轻一代人们的心。而 DVB+OTT 模式运营对广电有着十分重要的意义，因为可能很多地方电视台随着收视率的不断增加，早已将 DVB+OTT 的运营模式应用到日常发展过程当中，并且形成了一套满足自身发展需求的体系。广电只有开展 DVB+OTT 模式的精细化运营管理，才能存在更加激烈的竞争力，同时也对广电未来的发展带来更好的帮助。但是在广电开展 DVB+OTT 模式的精细化管理过程当中仍然存在着一些问题，对于这些问题一定要进行详细的分析，这样才能对广电的发展带来一定的帮助。首先广电在开展 DVB+OTT 模式时，并没有找寻到符

合自身发展规律的运营模式。单纯地开展 DVB+OTT 模式的运营和管理，而不去在互联网方面加大力度，很难收到好的效果。所以广电一定要意识到封闭的数字电视根本无法与网络的发展相适应，历史上很多著名的例子都足以证明这一问题，比如诺基亚在互联网初期是手机行业的一大巨头[5]。但是随着时代的发展，没有实行相对应的改革，一味地发展自身的东西，而没有找到适合自身发展的途径，使最终被其他公司所收购。广电一定要将有线数字电视和互联网行业的智能化所持平，而不要倾向于数字电视模式，只有加大对互联网业务智能终端的重视程度，才能在发展中立足。

同时广电在实行 DVB+OTT 模式下精细化运营过程当中仍然存在着模式管理方面的问题。首先，广电一定十分明白互联网行业发展是十分必要的，所以中央广播电视台一定要重视互联网行业这一未来主导。以前很多地方电视台将自己的王牌节目会发放到各个互联网的视频软件当中，而往往这些视频软件都拥有着大量的用户和会员粉丝，这样就使这些节目的收视率和播放率突破有线数字电视上的流量。而广电虽然运营 DVB+OTT 模式，但是仍然没有突破，将电视节目发放到各视频软件当中[6]。虽然很多节目在其他地方电视台无法观看，但是仍然会有很大的用户流量损耗。而且虽然广电开发出了自身的网站和观看视频的软件，但是其普及的程度远远不如一些其他地方电视台。所以如何加强 DVB+OTT 模式的实际意义，并且找出与自身相符合的运营模式是十分重要的。面对这些问题，只有采取相对应的措施来加强对 DVB+OTT 模式精细化运营的管理，才能在广电稳定的发展过程当中吸引越来越多的流量，为广电未来的发展带来更好的帮助。

3. 广电 DVB+OTT 模式下精细化运营存在问题的解决对策以及发展前景

在对 DVB+OTT 模式精细化运行过程当中，广电一定要加强对这种运营模式的管理，一定要制定合理的制度并且要满足符合自身发展需求，将该运营模式定义为吸引更多的用户和流量来加强广电自身的竞争力。相比于改革开放时，现在广电在电视行业当中的竞争力已经越来越低，虽然仍有一些比较经典的一些地方电视台无法进行播放的节目。但是一些地方性电视台所出台的综艺和其他的节目吸引了越来越多观众去观看。这样就对广电用户的流失带来更大的影响，在建立详细的规章制度对精细化运营进行管理之后，一定要加强 DVB+OTT 模式运营，把互联网方面的效果做到更好，而不要着重关注数字电视方面的发展。要双管齐下，从各个方面对新老用户进行吸引，这样才能为广电的发展带来更好的帮助。同时广电一定要加强对互联网模式的运营，要将自身的视频软件进行及时的更新和改革。让越来越多用户选择广电所开发的视频软件去观看视频，同时也要积极地购入其他电视节目，这样才能使流失的用户重新回归。

结语

本文通过对广电 DVB+OTT 模式精细化运营的管理模式进行介绍，并且对其中出现的问题进行解决，从而使广电在未来的竞争和发展中占据更加主动的地位。总而言之，广电 DVB+OTT 模式精细化运营发展的目的是好的方面的，一定要将该模式下精细化运营的效果显现出来，对于其中出现的问题进行有效的解决，使广电在日后的竞争当中更加积极。媒

参考文献

[1] 郗望．浅析广电 DVB+OTT 模式下的精细化运营 [J]. 物联网技术，2017，7（3）：87-88.

[2] 姜志刚．浅谈广电 DVB+OTT 系统 [J]. 中国有线电视，2016（1）：7-10.

[3] 崔金波，解德斌．广电网络 DVB+OTT 融合创新所面临的局限与机遇 [J]. 中国有线电视，2016（1）.

[4] 谢毅．广电网络互联网电视 DVB+OTT 探讨 [J]. 有线电视技术，2013（01）：150-150.

[5] 张兵强．基于广电网络的 DVB+OTT 平台研究与设计 [D]. 燕山大学，2016.

[6] 王强．开展 DVB+OTT 业务，应对广电危机 [J]. 有线电视技术，2014（09）：28-29.

（作者单位：陕西广电网络传媒（集团）股份有限公司渭南分公司）